

HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN MINYAK KARO UD. SILANGIT DESA KETAREN KECAMATAN KABANJAHE

**Menanti Sembiring¹, Ingan Ukur Sitepu², Alpina Damayanti Br Sitepu³,
Permikaria Br Ginting⁴**

¹²³⁴ Program Studi Manajemen Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality Berastagi

Email : sembiringmenanti@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan Minyak Karo UD. Silangit Desa Ketaren Kecamatan Kabanjahe. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data dengan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah analisis korelasi rank spearman dan untuk pengujian kebenaran data dengan uji t. Berdasarkan hasil pengujian korelasi rank spearman untuk hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan maka diperoleh nilai korelasi sebesar 0,570 artinya kualitas produk memiliki hubungan yang sedang dengan kepuasan pelanggan Sementara hasil uji t diperoleh hasil t hitung sebesar 6,675 dengan signifikansi 0,000, dan nilai t table sebesar 1,667 artinya t hitung lebih besar dari t table ($6,675 > 1,667$). Hal ini berarti kualitas produk mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan Minyak Karo UD. Silangit Desa Ketaren Kecamatan Kabanjahe.

Kata Kunci : Kualitas produk, Kepuasan pelanggan

THE RELATIONSHIP OF PRODUCT QUALITY WITH CUSTOMER SATISFACTION OF KARO UD OIL. SILANGIT, KETAREN VILLAGE, KABANJAHE DISTRICT

Abstract

The aim of this research is to find out and analyze the relationship between product quality and customer satisfaction at Minyak Karo UD. Silangit, Ketaren Village, Kabanjahe District. The sample in this study was 100 people. The data collection method was a questionnaire and the analysis method used was Spearman rank correlation analysis and to test the correctness of the data using the t test. Based on the results of the Spearman rank correlation test for the relationship between product quality and customer satisfaction, a correlation value of 0.570 was obtained, meaning that product quality has a moderate relationship with customer satisfaction. Meanwhile, the t test results obtained a calculated t result of 6.675 with a significance of 0.000, and a t table value of 1, 66 7 means t calculated is greater than t table ($6.675 > 1.667$). This means that product quality has a positive and significant relationship with Oil Karo UD customer satisfaction. Silangit, Ketaren Village, Kabanjahe District.

Keywords: Product quality, customer satisfaction

PENDAHULUAN

UD. Silangit merupakan salah satu pelaku usaha yang memproduksi Minyak Karo berada di Desa Ketaren. Minyak Karo ini sudah banyak digunakan sejak dahulu di daerah tanah karo. Minyak karo merupakan obat herbal yang diramu dari berbagai rempah dan tumbuhan dan memiliki banyak manfaat yang dapat mengobati berbagai macam penyakit seperti pegal karena capek, keselo, gatal-gatal, sakit gigi, rematik, mencegah anak-anak mengompol dimalam hari dan lain-lain. Sekarang ini minyak karo tidak hanya digunakan oleh masyarakat karo saja tapi juga sudah banyak digunakan oleh masyarakat dari suku lain. Demikian juga produk Minyak Karo UD. Silangit pembelinya tidak hanya yang berdomisili di Kabupaten Karo tapi juga di luar Kabupaten Karo.

Setiap pelaku usaha harus memperhatikan tingkat kepuasan pelanggannya, hal ini mengingat kunci keberhasilan suatu usaha sangat tergantung pada kepuasan konsumen atas penggunaan produk yang mereka hasilkan. Konsumen dikatakan puas dalam mengkonsumsi suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan jika mereka mau membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut secara berulang-ulang. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan ini maka perusahaan harus bisa menghasilkan produk yang berkualitas. Kepuasan pelanggan ini diawali dari harapan mereka terhadap penggunaan atas suatu produk ataupun jasa. Jika harapan mereka sebelum penggunaan suatu produk ataupun jasa sesuai dengan apa yang mereka dapatkan sewaktu menggunakan atau mengkonsumsi produk ataupun jasa tersebut maka mereka akan menyatakan puas, jika harapan mereka lebih tinggi dari apa yang mereka dapatkan maka mereka akan menyatakan tidak puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Persaingan yang semakin ketat mengharuskan pelaku usaha memperhatikan tingkat kepuasan pelanggannya agar mereka tidak kalah bersaing dalam memasarkan hasil

produk yang mereka produksi. Oleh karena pengusaha di bidang obat herbal juga harus memperhatikan kualitas produk yang mereka tawarkan agar konsumen mereka merasa puas. Menurut Kotler dan Keller (2012) “produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan”. Produk menurut (Tjiptono, 2015) adalah sebagai pemahaman subyektif produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa produk memiliki arti yang sangat penting bagi perusahaan karena melalui produk yang mereka hasilkan mereka mendapatkan penghasilan dari penjualan mereka. Konsumen akan membeli produk dari perusahaan jika konsumen merasa produk tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Jadi jika produk tersebut dapat memenuhi keinginan ataupun kebutuhan konsumen maka pemasaran produk tersebut berhasil.

Kualitas atau mutu produk merupakan hal yang sangat vital diperhatikan oleh suatu perusahaan dalam menghasilkan suatu produk. Kualitas penting artinya dan merupakan salah satu faktor keunggulan yang kompetitif. Peranan kualitas ini menjadi sangat penting dengan adanya pengaruh globalisasi dalam dunia bisnis. Menurut Tjiptono (2013), kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha atau melebihi harapan pelanggan, kualitas yang mencakup manusia, proses, serta lingkungan, kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). Permasalahan kualitas produk akan semakin penting karena tuntutan konsumen.

Terdapat beberapa faktor yang sering digunakan untuk mengukur kualitas produk menurut Tjiptono dalam Afrina dan Hartati

(2018) yakni : (1) kinerja (*performance*) berupa pemberian manfaat produk bagi konsumen yang mengkonsumsi; (2) keistimewaan tambahan (*feature*) produk, yaitu ciri khas yang membedakan suatu produk dengan produk pesaing sejenis; (3) keandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil atas suatu kegagalan pakai atau kerusakan; (4) kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya; (4) daya tahan (*durability*) yang berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan; (5) kegunaan (*serviceability*) yang meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan; (6) estetika (*aesthetic*) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera; dan, (7) kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) meliputi cita rasa, reputasi produk, dan tanggung jawab perusahaan terhadap produk yang dikonsumsi oleh konsumen.

Mengingat pentingnya kualitas produk ini maka perusahaan harus memperhatikannya karena kualitas dari produk yang mereka beli akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tjiptono (2014), menyatakan : “kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*factio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai menurut, Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan kepuasan pelanggan adalah” tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh konsumen sama dengan ekspektasi konsumen itu sendiri. Sementara Kotler dalam Lupiyoadi yang dikutip oleh Alfianto (2019) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Hal ini dipertegas oleh Suryati (2015) yang kinerja

produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Hal ini dipertegas oleh Suryati (2015) yang menyatakan bahwa : “pentingnya kepuasan pelanggan berkaitan dengan persaingan yang semakin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan”. Mengingat begitu pentingnya kepuasan pelanggan ini maka sudah menjadi suatu hal yang harus difokuskan oleh setiap perusahaan untuk memperhatikan kualitas dari produknya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Napitupulu (2019) yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap kepuasan Pelanggan Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa”. Dari hasil penelitiannya membuktikan bahwa adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT. Ramayana Lestari Sentosa. Kepuasan pelanggan akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Tjiptono dan Gregorius (2016), menyatakan secara garis besar terdapat dua manfaat kepuasan pelanggan yakni loyalitas pelanggan dan penyebaran (*advertising*) dari mulut ke mulut atau biasa disebut gethok tular positif. Pendapat ini juga telah dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Alfina dan Astuti (2018), menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Karena itu pemenuhan akan kepuasan pelanggan ini maka setiap perusahaan baik yang menawarkan produk barang maupun jasa sangat penting memperhatikan kepuasan pelanggan ini agar perusahaan mereka tetap dapat eksis di pasar.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang membeli Minyak Karo UD.Silangit Desa Ketaren Kecamatan Kabanjahe. Sedangkan sampel menurut Sugiyono (2019) adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki populasi . Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang konsumen yang membeli produk Minyak Karo UD.Silangit Desa Ketaren Kecamatan Kabanjahe.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan statistik. Di dalam menganalisis dan membahas serta memecahkan permasalahan yang ada, penulis menggunakan metode pendekatan analisis kuantitatif yaitu suatu analisis yang dilakukan dengan memberikan suatu gambaran dengan menggunakan suatu rumus statistika berupa, analisis koefisien korelasi rank Spearman. Sebelum data dimasukkan dalam model korelasi rank spearman maka data yang dikumpulkan terlebih dahulu diuji kualitasnya dengan Uji validitas dipergunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kuesioner dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada $\alpha 5\%$ sebaliknya kuesioner dinyatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada $\alpha 5\%$.

Setelah data dinyatakan lolos uji validitas maka dilanjutkan dengan uji Uji reliabilitas yang bertujuan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama. Suatu kuesioner dikatakan handal (reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dinyatakan jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,60$. Untuk mempermudah peneliti melakukan perhitungan maka peneliti dibantu oleh program SPSS Versi 26.

Data yang telah lolos uji kualitas data maka selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik dengan uji normalitas yaitu untuk mengetahui model berdistribusi normal atau tidak, dalam hal ini peneliti menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorof – Smirnov yaitu dengan menggunakan tabel Kolmogorof-Smirnov Test. Variabel yang dimasukkan dalam model akan dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$). Setelah uji normalitas maka dilakukan uji heteroskedastisitas yakni bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi

perbedaan variasi residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain, atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *standardized delete residual* nilai tersebut. Heteroskestisitas dapat diuji dengan menggunakan metode grafik, yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu yang tergambar pada grafik scatterplot. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heterosdeastisitas dapat dilakukan dengan menganalisis penyebaran titik-titik yang terdapat pada Scatterplot. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka terjadi heteroskestisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskestisitas.

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan Minyak Karo UD. Silangit maka dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan Korelasi Rank Spearman. Menurut Sujarweni (2018) Koefisien korelasi bertujuan untuk menunjukkan seberapa banyak dua variabel berpadu atau kovari. H_0 : Tidak terdapat hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan Minyak Karo UD. Silangit Desa Ketaren Kecamatan Kabanjahe. H_a : Terdapat hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan Minyak Karo UD. Silangit Desa Ketaren Kecamatan Kabanjahe. Dengan kriteria pengambilan keputusan H_0 : diterima bila harga $\rho(p)$ hitung lebih kecil dari $\rho(p)$ tabel dan H_a : diterima bila harga $\rho(p)$ hitung lebih besar dari $\rho(p)$ table.

Untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Produk (X) memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) maka dilakukan dengan uji t (uji parsial). Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha 5\%$ maka variabel kualitas produk (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), sebaliknya Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha 5\%$ maka variabel kualitas produk (X) tidak

berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan pelanggan (Y).

Uji Koefisien Determinasi ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel X menjelaskan variabel Y. Besarnya nilai koefisien Determinasi berada antara 0-1. Semakin mendekati angka 1 maka kemampuan variabel X menjelaskan variabel Y semakin kuat demikian sebaliknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang dianggap representatif untuk mewakili populasi. Data responden dilihat dari jenis kelamin 19 (19 %) orang laki-laki dan 81 orang (81%) berjenis kelamin perempuan. Hal ini karena yang sering membeli Minyak Karo UD. Silangit adalah ibu-ibu, namun penggunaannya di rumah tidak hanya digunakan oleh perempuan tapi juga laki-laki.

Berdasarkan usia yang membeli Minyak Karo UD Silangit maka dari 100 orang responden diketahui bahwa sebanyak 13 orang (13%) berumur 25-30 tahun, 24 orang (24%) berusia 31-35 tahun, 28 orang (28%) berusia 36-40 tahun dan sisanya 35 orang (35%) berumur lebih dari 41 tahun. Dari data ini diketahui yang paling dominan membeli Minyak Karo UD. Silangit adalah yang berusia di atas 41 tahun.

Untuk mengetahui apakah data yang digunakan valid maka dilakukan uji Validitas. Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa seluruh instrumen dinyatakan valid dimana dari delapan butir kuesioner untuk variabel kualitas produk dan delapan kuesioner untuk variabel Kepuasan Pelanggan semuanya memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dikarenakan seluruh instrumen dinyatakan valid, maka hal ini menunjukkan bahwa data penelitian dinyatakan baik.

Dari hasil uji reliabilitas kedua variabel penelitian maka diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* Kualitas Produk sebesar $0,869 > 0,60$ dan nilai *Cronbach Alpha*

Kepuasan Pelanggan sebesar $0,903 > 0,60$. Dengan demikian maka data ini dapat diteruskan ke tahap pengolahan berikutnya karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Untuk mengetahui data yang sudah valid dan reliabel memiliki distribusi normal maka dilakukan uji normalitas. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan one sample kolmogorov test diperoleh hasil *asympt.sig. (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Dengan dibantu SPSS versi 26 maka hasil uji heteroskedastisitas terlihat dari gambar scatterplot titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu dan tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y dan berdasarkan gambar tersebut maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan Minyak Karo UD. Silangit berdasarkan uji Korelasi Rank Spearman dengan dibantu oleh SPSS versi 26 maka diketahui bahwa koefisien korelasi antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0,570 dengan nilai signifikansi sama dengan 0,000. Nilai r_{tabel} sebesar 0,197 berarti $0,570 > 0,197$. Hal ini dapat diartikan bahwa Kualitas Produk mempunyai hubungan dengan kepuasan pelanggan Minyak Karo UD. Silangit Desa Ketaren. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_a diterima dimana: Terdapat hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan Minyak Karo UD. Silangit Desa Ketaren Kecamatan Kabanjahe.

Berdasarkan hasil uji parsial atau uji t dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki hubungan yang nyata dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Minyak Karo UD. Silangit. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} Kualitas Produk sebesar 6,675 dengan nilai signifikansi 0,000, sedangkan nilai t_{tabel} hanya sebesar 1,666. Dengan demikian dapat dilihat bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,675 >$

1,666) ini mengandung maksud bahwa H_0 terbukti secara nyata dan menolak H_0 , artinya bahwa terdapat hubungan yang nyata antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan Minyak Karo UD.Silangit.

Melalui uji koefisien determinasi maka diperoleh hasil seberapa besar kemampuan variabel kualitas produk menjelaskan variabel kepuasan pelanggan Minyak Karo UD.Silangit. Dari perhitungan yang dibantu oleh SPSS versi 26 diperoleh nilai R^2 yaitu sebesar 0,313. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan mampu dijelaskan oleh variabel independen dengan nilai sebesar 31,30% sedangkan sisanya sebesar 68,70% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada UD Silangit Desa Ketaren menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Minyak Karo UD. Silangit. Mengingat pentingnya kualitas produk ini maka UD. Silangit yang menghasilkan Minyak Karo harus tetap menjaga kualitas produk termasuk dalam hal terus meningkatkan kualitas pengemasan produk minyak Karo yang dihasilkan. Botol yang digunakan dalam mengemas minyak tersebut hendaknya diberi label serta botolnya dibuat lebih modern dan dalam penggunaannya dapat disempatkan, sehingga tidak tumpah sewaktu digunakan. Karena selama ini jika konsumen menggunakan maka harus menuangkan minyak tersebut, hal ini tentu selain dapat tumpah, juga boros dalam penggunaannya. Dengan terus meningkatkan kualitas produk ini maka diharapkan kepuasan pelanggan terus meningkat sehingga mereka akan menjadi pelanggan yang loyal, hal ini perlu diperhatikan mengingat persaingan semakin tinggi.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa kualitas dari Minyak Karo UD. Silangit baik dan sangat baik. Selain itu dari segi kepuasan pelanggan mayoritas pelanggan menyatakan puas atas penggunaan Minyak Karo UD.Silangit yang mereka beli dan gunakan. Namun ada hasil jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden masih ada beberapa yang harus diperbaiki yakni botol kemasan.

Hasil uji Statistik dengan menggunakan korelasi rank spearman yang telah dilakukan pada UD. Silangit Desa Ketaren tentang Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Minyak Karo UD. Silangit, maka diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan Minyak Karo UD. Silangit Desa Ketaren, hal ini dapat dilihat dari hasil uji korelasi Rank Spearman. Koefisien korelasi antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan Minyak Karo adalah sebesar 0,570 dengan nilai signifikansi sama dengan 0,000 dimana nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($0,570 > 0,197$). Sementara itu dari hasil uji t diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki hubungan yang nyata dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Minyak Karo UD. Silangit. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 6,675 dengan nilai signifikansi 0,000, sedangkan nilai t_{tabel} hanya sebesar 1,666. dengan demikian dapat dilihat bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $6,675 > 1,666$) ini mengandung maksud bahwa terdapat hubungan yang nyata antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan Minyak Karo UD.Silangit. Dari hasil uji koefisien determinasi diperoleh hasil nilai R^2 sebesar 0,313 atau 31,30 % kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk, sedangkan sisanya yakni sebesar 68,70 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Mengingat adanya hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan Minyak Karo UD. Silangit dan berdasarkan jawaban kuesioner yang diberikan kepada responden maka disarankan kepada UD.Silangit agar terus mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggannya seperti peningkatan kualitas kemasan perlu dibuat label yang berisi bahan-bahan atau komposisi dari ramuan untuk membuat minyak karu tersebut, cara menggunakan maupun manfaat dari penggunaan produk. Botol yang digunakan sewaktu penggunaan sebaiknya bisa disempatkan sehingga tidak tumpah waktu digunakan oleh konsumen dan juga minyak tidak boros waktu digunakan. Perbaikan - perbaikan ini perlu terus dilakukan oleh UD.Silangit mengingat persaingan juga semakin ketat dalam menghasilkan produk sejenis.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain diluar variabel kualitas produk Minyak Karo untuk mengetahui variabel apa saja yang memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan pada UD. Silangit.

DAFTAR PUSTAKA.

- Afnina dan Yulia Astuti. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudera Ekonomi dan Bisnis* Vol 9 No.1 hal 21-30.
- Alfianto Afif (2019). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ilmiah Psikolog Universitas Mulawarman*, Vol. 7 No. 3 Hal 482-488.
- Erlangga, Dimas Rico. (2022) Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Sabun Herbal dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. Skripsi Surakarta. Universitas Brawijaya.
- Kotler, Phillip dan Kevin L.Keller.2012. *Marketing Management*, Edisi ke 14, Global Edition, Pearson Prentice Hall New Jersey.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. 14th Edition, Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. 2009. Manajemen pemasaran, Jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Napitupulu, Ferdinan. (2019) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. *Jurnal Kinerja* Vol.16 No.1 hal 1-9
- Sugiyono, (2019) , Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, Bandung, Alfa Beta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2018. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Suryati Lili. 2015 Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan, Depublish, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Candra. 2016, *Service Quality and Satisfaction* , Yogyakarta, Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2013. Manajemen Jasa, Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta. ANDI OFFSET